

Öko-Marketingtage auf Schloss Kirchberg

Ernährung Vertreter aus Wirtschaft, Politik und mehr diskutieren am 20. und 21. November über den Bio-Markt.

Kirchberg. Relevante Fragen rund um den Bio-Markt diskutieren Vertreter aus Wirtschaft, Wissenschaft, Verbänden und Politik am 20. und 21. November 2024 bei den Öko-Marketingtagen auf Schloss Kirchberg/Jagst.

Bei einer Befragung des Rheingold-Instituts gaben 49 Prozent der jungen Befragten an, dass Nachhaltigkeit für sie beim Kauf von Nahrungsmitteln eine Rolle spielt. Allerdings sind die Produkthanforderungen junger Konsumenten oft deutlich komplexer,

weiß Carolyn Hutter, Studentin an der DHBW Heilbronn. Sie sagt: „Gen Z und Alpha kaufen nicht nur ein Produkt – sie kaufen Werte. Damit kann Bio für sie ein Symbol für Verantwortung, Ethik und Zukunftssicherung sein.“ Bei den diesjährigen Öko-Marketingtagen wird Hutter das Konsumverhalten junger Menschen adressieren. Sie ist überzeugt, dass es ihnen vor allem auf authentische Produkte ankommt – nicht nur auf deren Zertifizierung.

Hutter sagt: „Storytelling ist der Schlüssel: Gen Z und Alpha wollen wissen, woher ein Produkt kommt, wer es hergestellt hat und welchen Beitrag es zur Lösung globaler Probleme leistet.“ Dabei hinterfrage die junge Generation alles, von der Verpackung über die Lieferkette bis hin zum CO₂-Fußabdruck.

Glaubwürdige Hersteller von Bio-Produkten bekämen aber auch etwas zurück: „Die Zahlungsbereitschaft bei Gen Z und Alpha entsteht durch Vertrauen.

Marken, die ihre nachhaltige Mission glaubhaft und transparent kommunizieren, können mit einer loyalen Kundschaft rechnen“, so Hutter.

Daher ermutigt auch Dr. Stephan Rüschen, Studiengangsleiter Retail Management und Professor für Lebensmittelhandel/Food Retail an der DHBW, Markenhersteller zu klarer Kommunikation. Gerade weil preisgünstige Handelsmarken immer stärker an Bedeutung gewinnen – ihr Marktanteil liegt bereits bei über

65 Prozent – müssten die Markenprodukte der Hersteller ihren Mehrwert gut transportieren.

Laut Hutter geht das besonders gut über Soziale Medien. „Instagram und TikTok sind die Schaulinien der jungen Generation“, so die Professorin.

Info Weitere Informationen gibt es auf der Website www.oekomarketingtage.schloss-kirchberg-jagst.de. Interessierte können sich unter tickets.infield.live/event/oko-marketingtage-npzdre anmelden.